

2007年度決算説明会

積水化学工業株式会社
代表取締役社長
大久保 尚武

2008年4月28日

2007年度総括

原料高騰・住宅着工減の影響を受けて内需型コア事業が苦戦

戦略事業・海外フロンティア開拓が順調に進捗

構造改革・人員シフトによる成長基盤整備が順調に進捗

■高機能プラスチックカンパニー

1. 3戦略事業分野におけるさらなる成長への順調な布石
2. 事業構造転換による収益体質強化が進む

3戦略事業

2007年度売上 前年比123%
中間膜 欧州原料工場・
米国製膜工場本格稼働

■環境・ライフラインカンパニー

1. 塩ビ汎用品が量・価格ともに苦戦
2. 海外フロンティア開拓が順調に進捗

海外事業

2007年度売上 前年比162%
アレン社(シート事業)・
ハイトカンプ社(管路更生事業)買収

■住宅カンパニー

1. 上期住宅受注不振ながら、東名阪の効率経営体制を構築
2. 住環境事業の収益化とさらなる成長基盤整備が進捗

2007年度住宅受注棟数

上期 93%・下期100%(前年比)
2008年度リフォーム営業人員
前年比100名増

市場見通し

- ・内需の停滞、構造的な需要縮小
- ・米国停滞・欧州減速・アジア成長

事業リスク

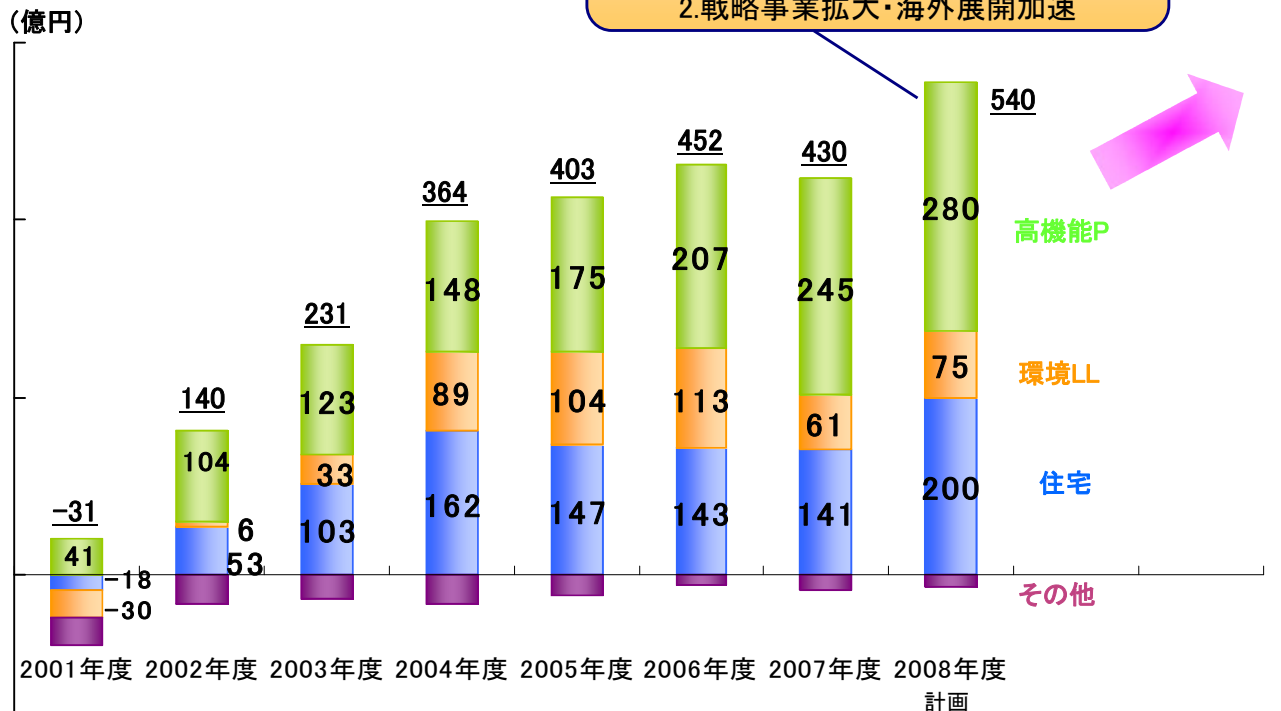
- ・原料高騰傾向の持続
- ・円高・ドル安傾向の持続

事業分野		2008年度需要見通し	事業機会
グローバル	自動車関連分野	<ul style="list-style-type: none"> ●グローバルで年平均3%成長 ●新興市場中心に伸長 	<ul style="list-style-type: none"> ➢環境配慮技術ニーズの高まり(軽量化、熱負荷低減)
	IT・電子材料分野	<ul style="list-style-type: none"> ●液晶パネルは好調持続 	<ul style="list-style-type: none"> ➢主ユーザーの業容拡大
	インフラ分野	<ul style="list-style-type: none"> ●新興国インフラ整備需要旺盛 ●先進国インフラ更新需要増大 	<ul style="list-style-type: none"> ➢グローバル水環境問題深刻化
国内	塩ビ管・建材分野	<ul style="list-style-type: none"> ●住宅着工戸数の回復 ●公共投資の縮小傾向持続 	<ul style="list-style-type: none"> ➢更生・更新分野(雨水・耐震化対策等)はニーズ増大
	住宅分野	<ul style="list-style-type: none"> ●住宅着工戸数の回復 ●消費マインドは変わらず 	<ul style="list-style-type: none"> ➢高耐久住宅に対するニーズ増大(200年住宅ビジョン) ➢ストックビジネス拡大

カンパニー別営業利益推移

2008年度 成長軌道への復帰

1. 内需型コア事業の建て直し
2. 戦略事業拡大・海外展開加速



内需型コア事業の高収益体質再構築

※ 内需型コア事業 = 住宅事業 + 環境LL国内事業

- 成長分野への経営資源シフト
- 効率経営の徹底追求
- 原料高騰分の売値転嫁徹底

住宅カンパニー

1. 高収益ストックビジネスモデルの構築
— 新築～リフォーム・リユース循環ビジネスモデル構築
2. 高性能住宅による差別化推進
3. 地域密着型事業体制への転換
— 生販一体運営開始 (九州地域 08年10月～)

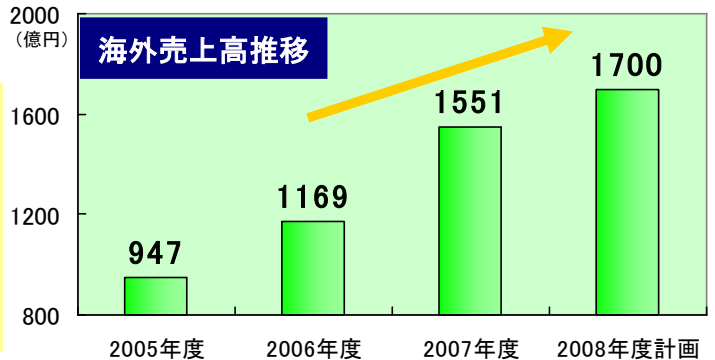
環境ライフラインカンパニー 国内事業

1. 原料価格高騰分の売値転嫁徹底
2. 高付加価値新製品による成長分野攻略
3. 営業・生産体制等の見直し

成長分野・成長事業への経営資源シフト加速

戦略事業・海外フロンティアへの展開加速

- 海外拠点の拡充
- M&A等による海外フロンティア開拓



高機能プラスチックカンパニー

1. 中間膜事業の生産・原料拠点拡充
2. MD分野の本格海外展開
— 積水メディカル発足 (08年4月)
3. 中東・東欧市場への展開検討

環境ライフラインカンパニー 海外事業

1. 管路更生事業の拡大
— 米国における拡大加速・欧州への展開
2. 新興国におけるインフラ事業の拡大
3. プラント管材・シート事業の拡大

M&A等戦略投資の積極活用による拡大加速

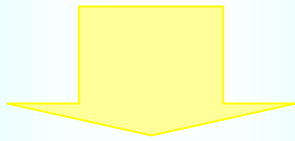
コーポレート・ガバナンス改革

変化に迅速に対応し、事業機会を的確に捉える

新しい事業機会への迅速な対応

競争に伍していくための体制構築

増大するリスクへの的確な対応



■取締役会と業務執行の分離と機能強化

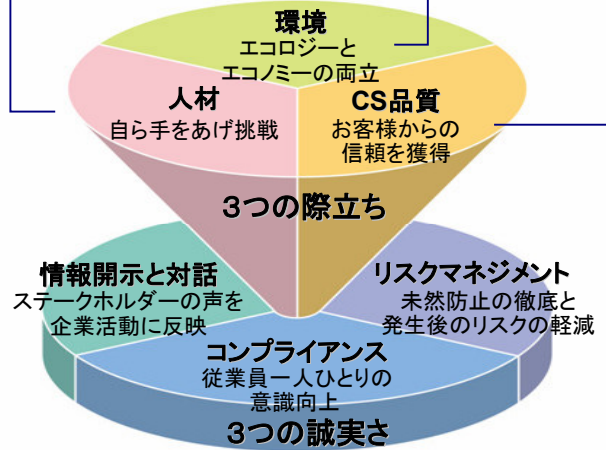
- 取締役会の強化
- 執行役員制度の導入

CSR経営の進化

CSR活動を通じて企業価値向上を実現

多様な人材の活性化による企業価値向上

環境トップランナープランの目標達成



2007年度決算内容

経営管理部長
根岸 修史

連結対象会社数

	2008年3月末	2007年3月末	増 減
連結会社	130社	147社	+4 新規連結、+1 分離 -2 除外、-20 統合
持分法会社	8社	8社	

連結会社増減による影響額

(億円)

売上高	+218	第一化学薬品 +119 渡辺産商 +47、Allen +35
営業利益	+10	第一化学薬品 +5、Allen +4

損益概要

* 決算短信 P16参照 (億円)

	2007年度	2006年度	増 減	
売上高	9,587	9,262	325	* (107)
売上総利益	2,728	2,697	31	
売上利益率	28.5%	29.1%	-0.6%	
販売費および一般管理費	2,298	2,245	53	
営業利益	430	452	-22	* (-32)
持分法投資損益	6	14	-8	
その他営業外損益	-50	3	-54	
経常利益	385	469	-84	
特別利益	236	-	236	
特別損失	172	81	91	
税引前利益	450	389	61	
法人税等	199	127	73	
少数株主利益	7	6	1	
当期純利益	243	255	-12	
配 当 (円/株)	15	14	1	

* 新規連結影響を除く増減

カンパニー別 売上高・営業利益

* 決算短信 P26参照 (億円)

年度	2007年度		2006年度		増減	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
住宅	4,200	141	4,305	143	-105	-2
環境LL	2,338	61	2,265	113	73	-52
高機能P	2,805	245	2,455	207	350	38
その他	485	-14	497	-9	-11	-5
消去又は全社	-241	-3	-259	-3	19	-0
合計	9,587	430	9,262	452	325	-22

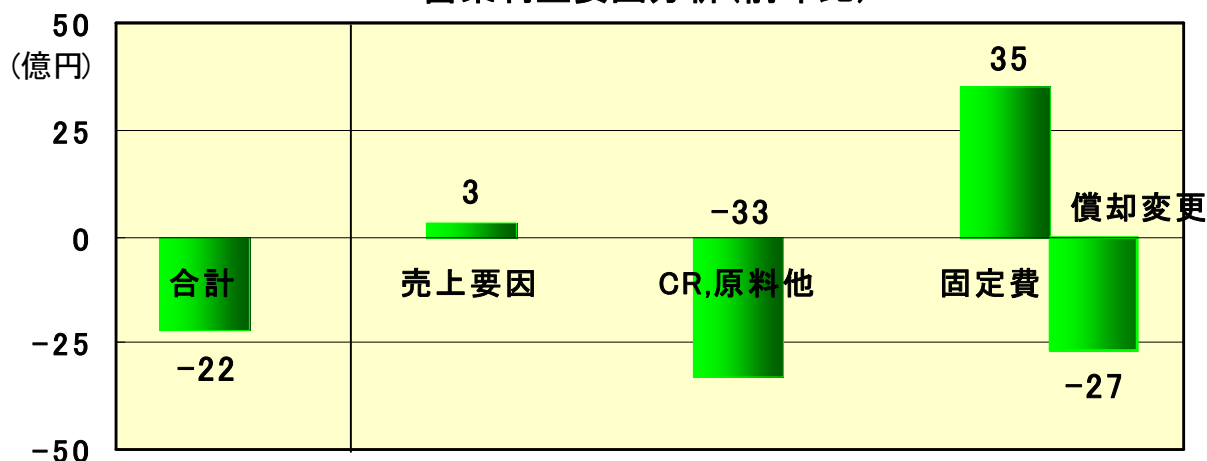
2007年度 全社 売上高・営業利益

(億円)

	2007年度		2006年度		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
全社	9,587	430	9,262	452	325 *(107)	-22 *(-32)

* 新規連結影響を除く増減

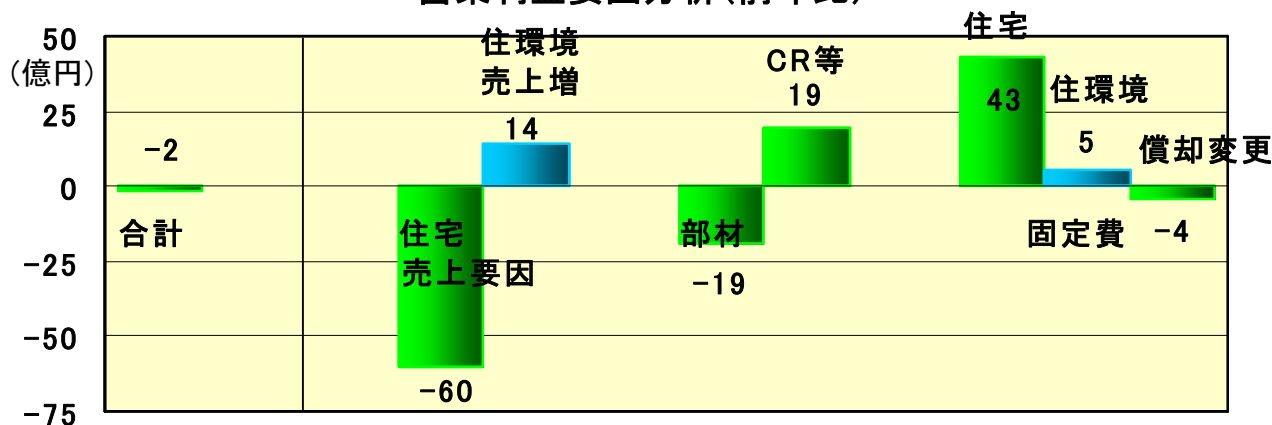
営業利益要因分析(前年比)



(億円)

住宅	2007年度		2006年度		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
住宅事業	3,267	111	3,397	133	-131	-22
住環境事業 (内ファミエス事業)	933 (635)	30 (21)	907 (618)	10 (7)	26 (18)	20 (14)
計	4,200	141	4,305	143	-105	-2

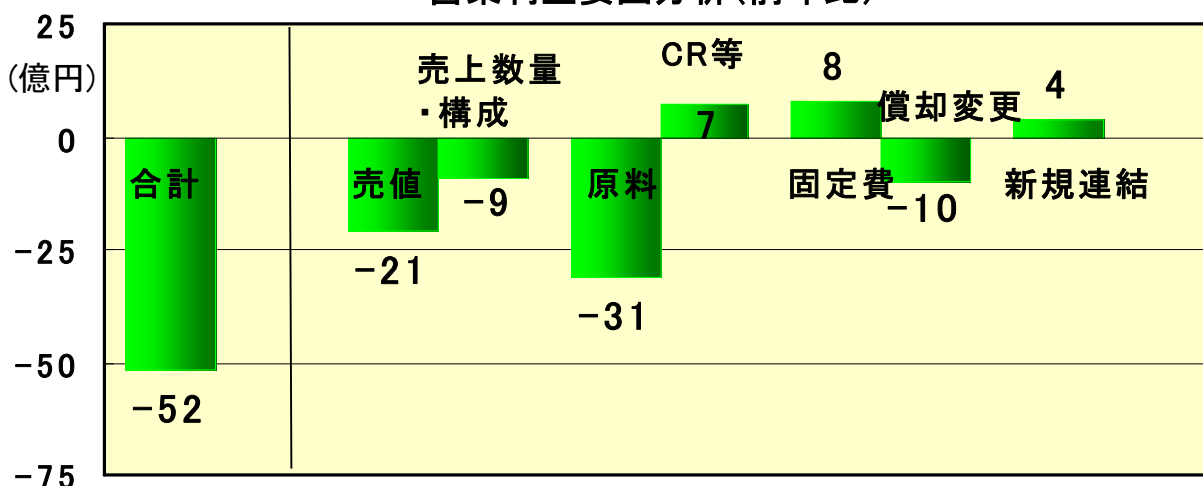
営業利益要因分析(前年比)



(億円)

環境・ライフライン	2007年度		2006年度		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
	2,338	61	2,265	113	73	-52
					*(-8)	*(-56)

営業利益要因分析(前年比) * 新規連結影響を除く増減

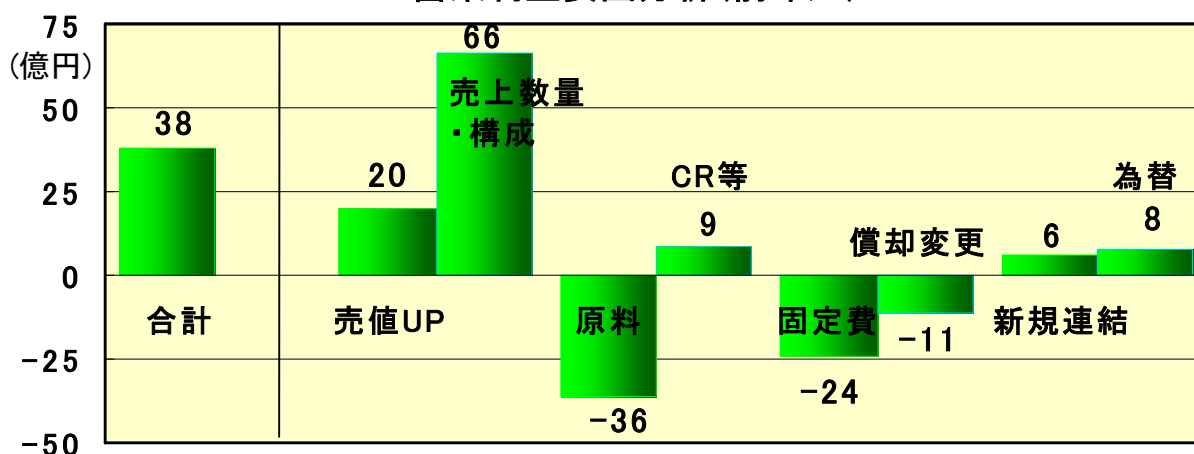


(億円)

	2007年度		2006年度		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
高機能 プラスチック	2,805	245	2,455	207	350 *(214)	38 *(32)

* 新規連結影響を除く増減

営業利益要因分析(前年比)



営業外損益

* 決算短信 P16参照 (億円)

	2007年度	2006年度	増減	主な増減内訳
持分法利益	6	14	-8	
金融収支	18	16	2	受取 6 (積水ハウス 1) 支払 4
雑収入・雑支出他	-68	-12	-56	為替差損益 -41
合計	-45	18	-62	

特別損益

* 決算短信 P16参照 (億円)

	2007年度	2006年度	増減
投資有価証券売却益	232	-	232
事業譲渡益	5	-	5
特別利益計	236	-	236
構造改善費用	102	43	58
棚卸資産評価損(低価法)	31	-	31
固定資産減損	14	18	-4
固定資産売却・除却損	26	19	7
特別損失計	172	81	91
特別損益計	64	-81	145

貸借対照表(資産)

* 決算短信 P14参照 (億円)

	2008年3月末	2007年3月末	増減
現金及び預金	303	261	42
売上債権	1,684	1,767	-83
棚卸資産	1,162	1,093	69
その他流動資産	275	289	-14
有形固定資産	2,435	2,455	-20
無形固定資産	274	253	22
投資有価証券	1,332	2,494	-1,163
投資その他の資産	363	180	183
資産合計	7,829	8,792	-963

前年度期末日休日影響 -75

製品 +9
販売用土地 +46
住宅仕掛 -17
原材料 +22

入荷 +283
減価償却 -276
減損・除売却 -45
新規連結 +19

積水ハウス株売却 -550
時価評価 -730

繰延税金資産 +198
〔時価評価 +222〕

貸借対照表(負債・純資産)

* 決算短信 P15参照 (億円)

	2008年3月末	2007年3月末	増減
無利子負債	3,218	3,547	-329
有利子負債	921	1,113	-192
負債合計	4,139	4,660	-521
資本金等	2,094	2,094	-0
利益剰余金	1,541	1,377	164
有価証券評価差額金	-9	574	-584
少数株主持分	98	92	5
その他純資産	-34	-7	-27
純資産合計	3,689	4,131	-442
負債・純資産合計	7,829	8,792	-963

繰延税金負債 -161
積水ハウス株売却 -98
時価評価 -73

当期純利益 +243
配当支払 -79

積水ハウス株売却 -145
時価評価 -435

自己株式 -45

連結キャッシュ・フロー

* 決算短信 P19参照 (億円)

	2007年度	2006年度
営業活動によるキャッシュフロー	318	419
投資活動によるキャッシュフロー	135	-591
財務活動によるキャッシュフロー	-428	-25
現金及び現金同等物の増加高	22	-189
現金及び現金同等物の期末残高	299	260
フリーキャッシュフロー = 営業活動CF + 投資活動CF - 配当支払	372	-238

減価償却費・資本的支出

* 決算短信 P26参照 (億円)

	減価償却費			資本的支出		
	2007年度	2006年度	増 減	2007年度	2006年度	増 減
住 宅	56	54	2(4)	56	64	-8
環境LL	71	56	14(10)	82	86	-4
高機能P	152	126	27(11)	152	191	-39
その他	19	16	3(3)	14	16	-2
消去又は全社	7	8	-1(0)	9	7	2
合 計	305	260	45(27)	313	363	-51

*()内は償却方法変更の影響額

(億円)

	2008年度計画	2007年度実績	増 減
売上高	9,890	9,587	303
売上総利益	2,828	2,728	100
売上利益率	28.6%	28.5%	0.1%
販売費および一般管理費	2,288	2,298	-10
営業利益	540	430	110
持分法投資損益	15	6	9
その他営業外損益	-25	-50	25
経常利益	530	385	145
特別利益	0	236	-236
特別損失	82	172	-90
税引前利益	448	450	-2
法人税等	167	199	-32
少数株主利益	11	7	4
当期純利益	270	243	27
配 当 (円/株)	15	15	0

* 新規連結影響を除く増減

カンパニー別 売上高・営業利益

(億円)

年 度	2008年度上期計画				2008年度通期計画			
	売 上	増減	営業利益	増減	売 上	増減	営業利益	増減
住 宅	2,080	-28	80	18	4,280	80	200	59
環境LL	1,100	10	-5	-19	2,450	112	75	14
高機能P	1,410	37	125	9	2,950	145	280	35
その他	230	-1	-10	2	490	5	-15	-1
消去又は全社	-140	-17	-	2	-280	-39	-	3
合 計	4,680	2	190	11	9,890	303	540	110

(億円)

	2008年度計画		2007年度実績		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
全社	9,890	540	9,587	430	303 *(263)	110

* 新規連結影響を除く増減

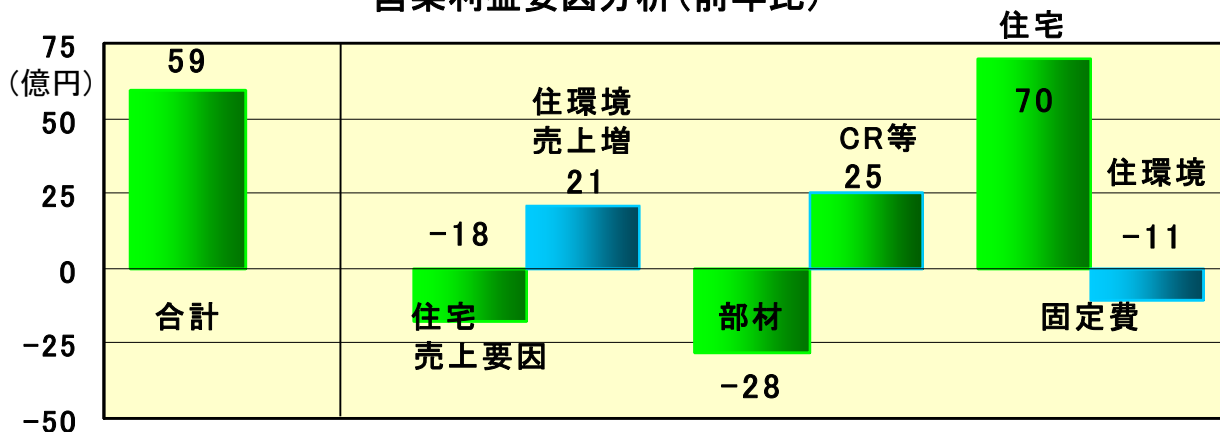
営業利益要因分析(前年比)



(億円)

住宅	2008年度計画		2007年度実績		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
住宅事業	3,280	160	3,267	111	13	49
住環境事業 (内ファミエス事業)	1,000 (675)	40 (27)	933 (635)	30 (21)	67 (40)	10 (6)
計	4,280	200	4,200	141	80	59

営業利益要因分析(前年比)

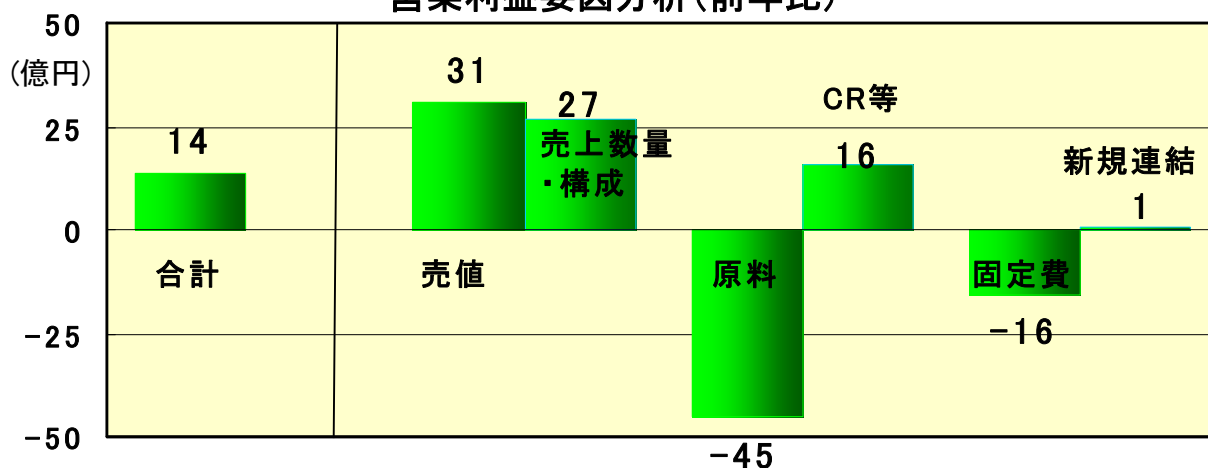


(億円)

環境・ライフライン	2008年度計画		2007年度実績		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
	2,450	75	2,338	61	112 *(72)	14

営業利益要因分析(前年比)

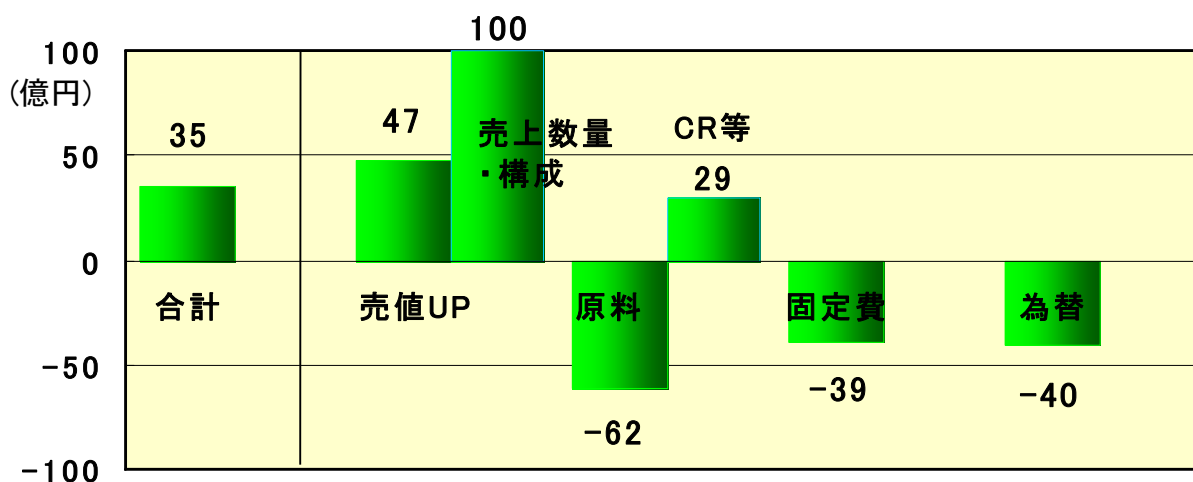
* 新規連結影響を除く増減



(億円)

	2008年度計画		2007年度実績		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
高機能 プラスチック	2,950	280	2,805	245	145	35

営業利益要因分析(前年比)



(億円)

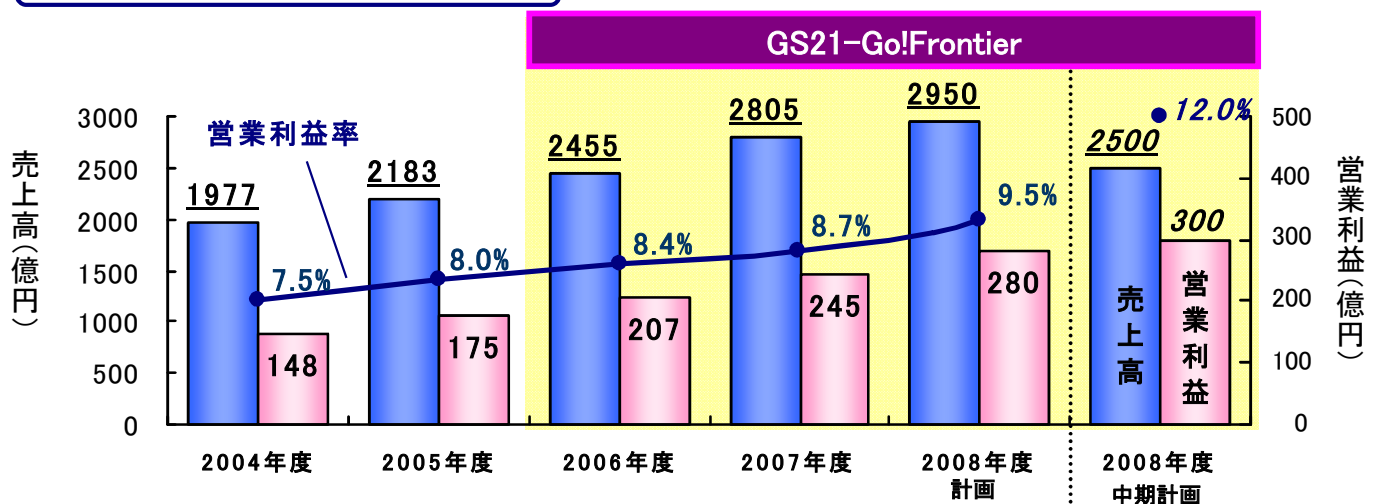
	2008年度	2007年度	増減
減価償却費	325	305	20
資本的支出	350	313	37
研究開発費	260	256	4

高機能プラスチックカンパニー

カンパニープレジデント
松永 隆善

SEKISUI 高機能P 中期計画 GS21-Go!Frontier

営業利益・営業利益率推移

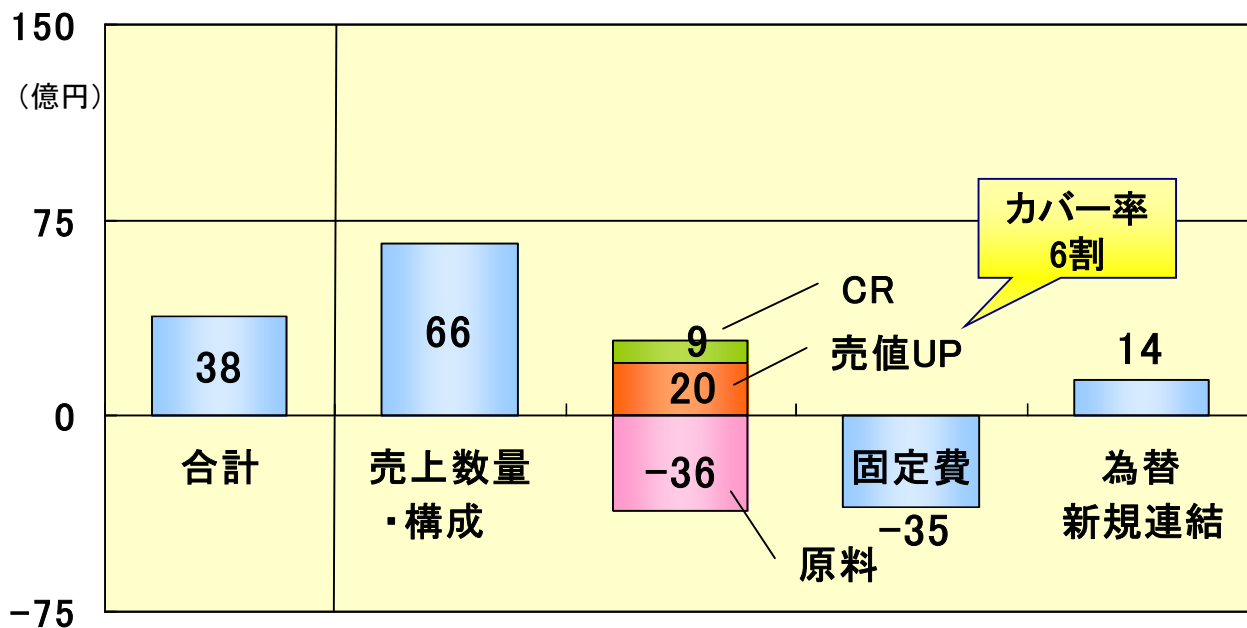


2007年度総括

売上高 114%(前年比) 営業利益 118%(前年比)

1. 戦略事業分野は、AT分野を中心に堅調に推移 売上高 123%(前年比)
2. 海外事業が順調に拡大 売上高 123%(前年比)
3. 原料高騰の影響を受け不採算製品が一部残るも、構造改革は着実に進捗

2007年度 営業利益要因分析(前年比)



2008年度方針

“Chemistry for your Win”

“プレミアムカンパニー 営業利益 280億円”

更なる事業拡大と経営効率化

～ 為替と原料対策 ～

1. 業容拡大

戦略事業強化、海外事業拡大、新製品・新事業拡販

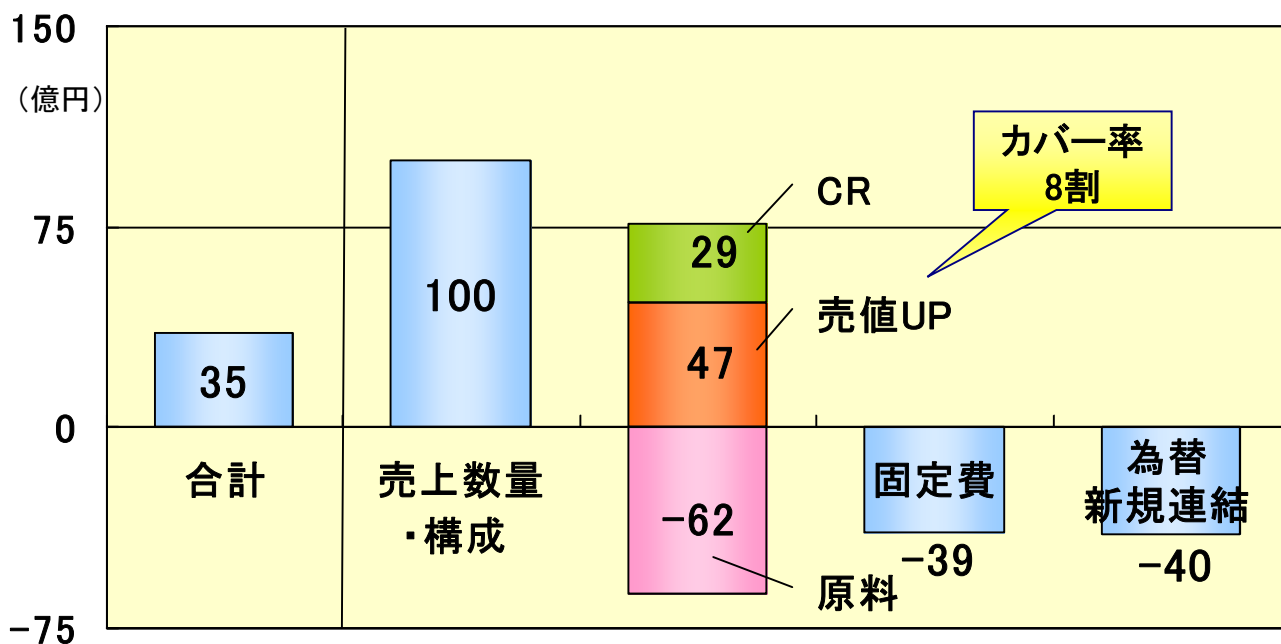
2. 構造改革完遂

事業構造転換、収益体質の強化

3. 経営基盤強化

CSR経営推進、体質改善活動推進

2008年度 営業利益要因分析(前年比)



戦略事業分野の強化

1. 重点分野の拡大

	施策
AT	・生産拠点の拡充 ・高機能中間膜の拡販
IT	・液晶ケミカル・光学フィルムの拡販 ・新製品の着実な上市 ・次世代製品育成
MD	・コア事業の拡販 ・海外事業の拡大

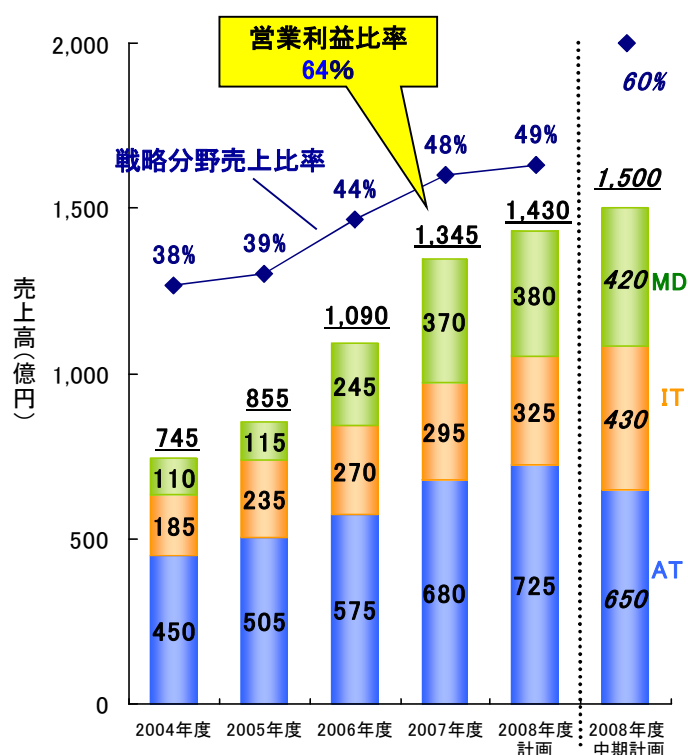
2. 戦略投資の実施

- 1) 重点分野での能力増強投資
- 2) M&Aの積極推進

3. 積水メディカル株式会社の発足(2008年4月)

事業の選別と集中による高利益化

戦略事業分野別 売上高推移



海外事業拡大

為替対策→現地化推進

- グローバル経営
- 海外販社の強化
- フロンティア開拓

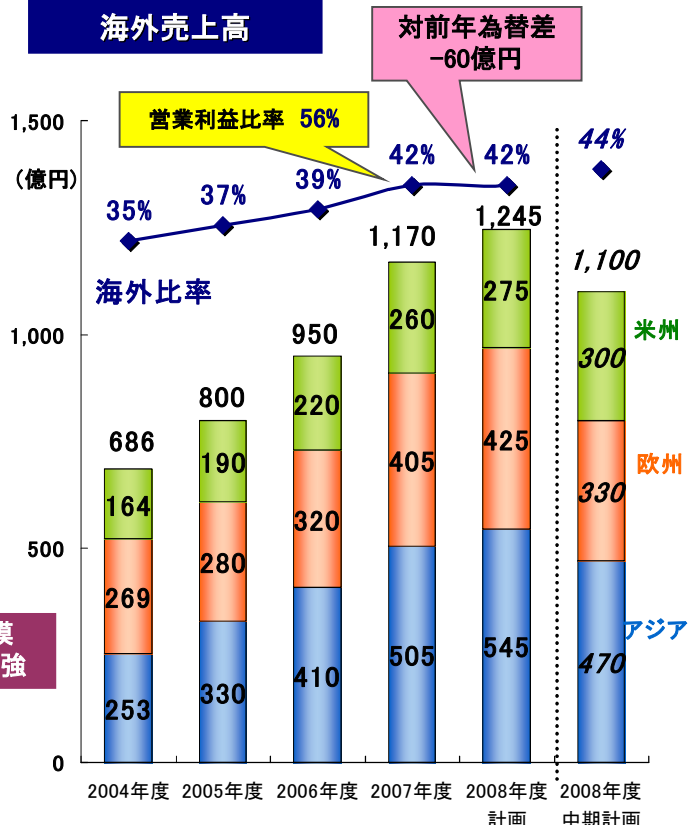
海外生産拠点数

	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度
亜・オセアニア (内、中国)	8 (4)	9 (5)	9 (5)	9 (5)
北 米	5	5	6	6
欧 州	3	4	4	4
海 外 合 計	16	18	19	19

+1(中間膜)

中間膜
能力増強

海外売上高



新製品・新事業拡販

1. プロジェクトの一括管理による
事業の早期育成

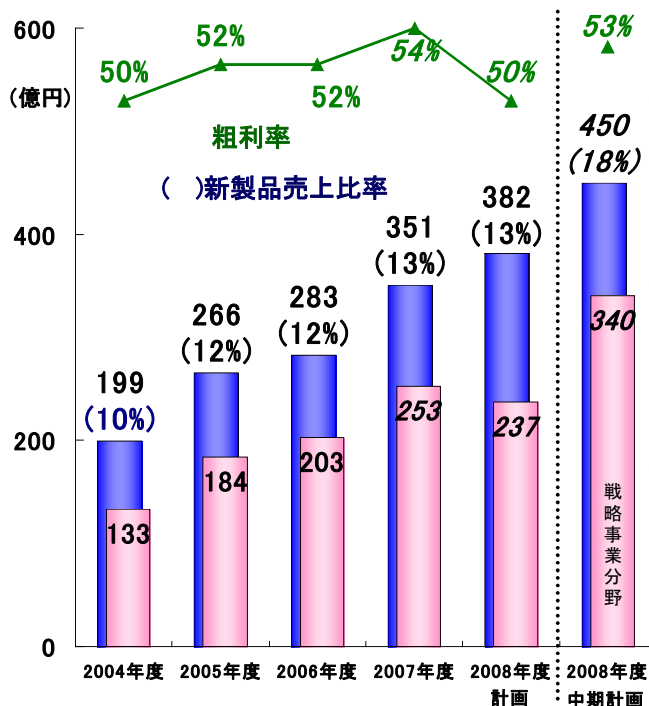
新事業推進部の新設(2008年4月)

- 1) 光学フィルム
- 2) 耐火材料
- 3) 実装材料
- 4) ケアマテリアル

2. A型新製品拡大

重点開発テーマへの工数集中

新製品売上高



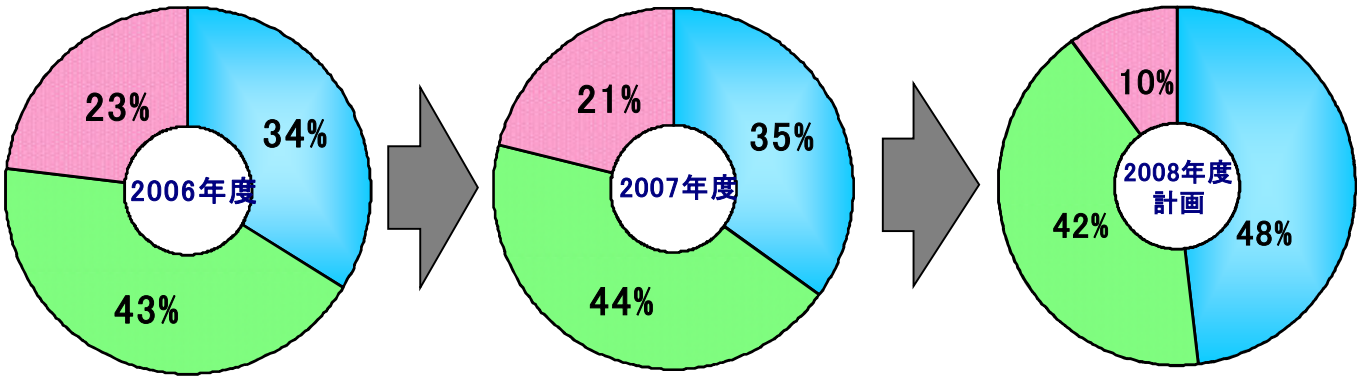
注) 上市後5年後までを新製品と定義付け

事業構造転換

1. 事業構造転換の推進
 - 1) 構造改革の実行と高付加価値製品の拡大
 - 2) ビジネスモデル変革による利益体質の強化
2. 収益体質の強化
 - 1) 原料高への着実な対応
 - 2) 購買競争力の強化

売上構成 (BU別、営業利益率別)

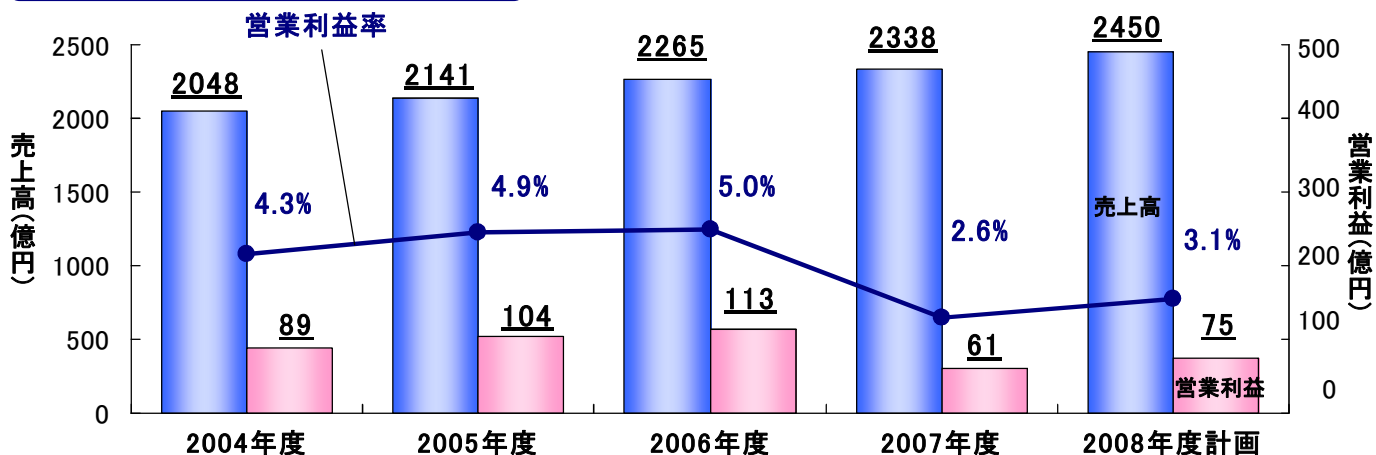
■ = 10%以上 ■ = 5~10%未満 ■ = 5%未満



環境・ライフラインカンパニー

カンパニープレジデント
滝谷 善行

売上高・営業利益推移



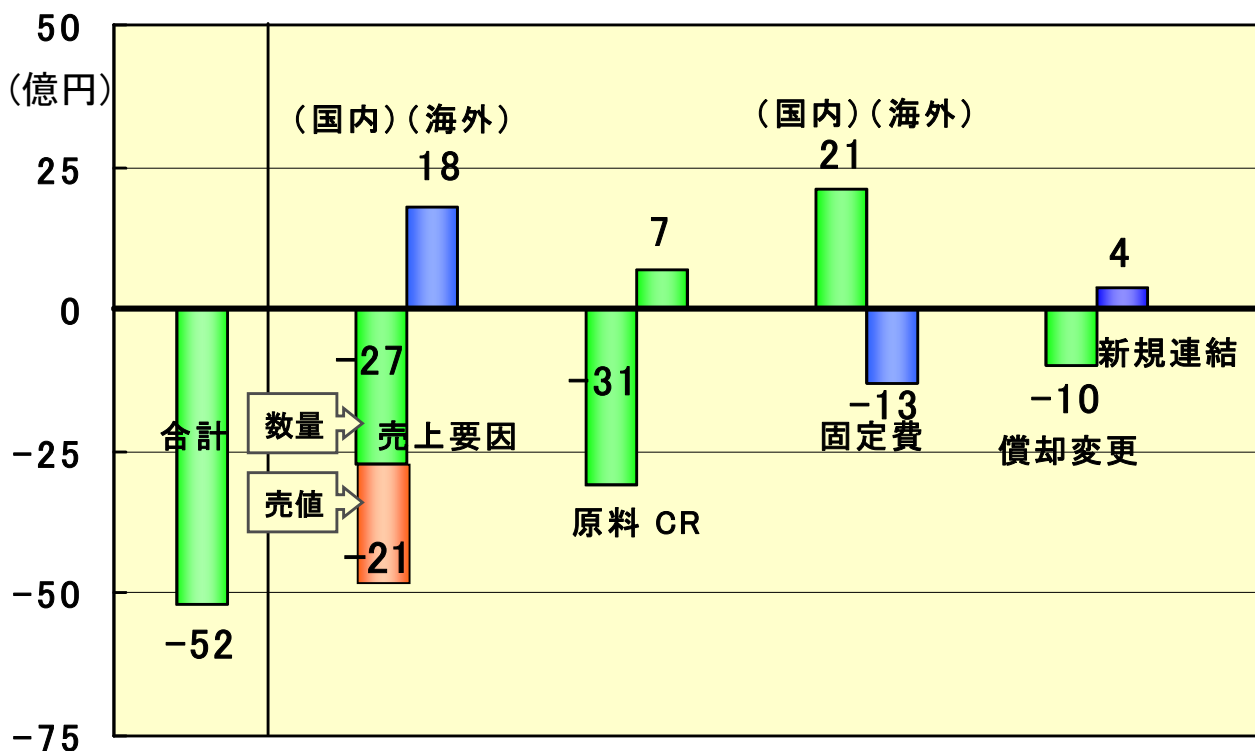
2007年度総括

1. 原料高騰・住宅着工減の影響を受け、塩ビ汎用品が量・価格ともに苦戦
2. M&Aによる海外フロンティア開拓が進む
3. 大型新製品の市場投入

アレン社(シート事業)、ハイトカンパ社(管路更生事業)

耐火パイプ、フェノバボード、超芯雨とい

2007年度 営業利益要因分析(前年比)



2008年度方針

国内外ともに持続的成長を実現するためのベースづくり

営業利益 75億円 営業利益率 3.1%

1. 国内収益体質強化のための事業構造改革推進

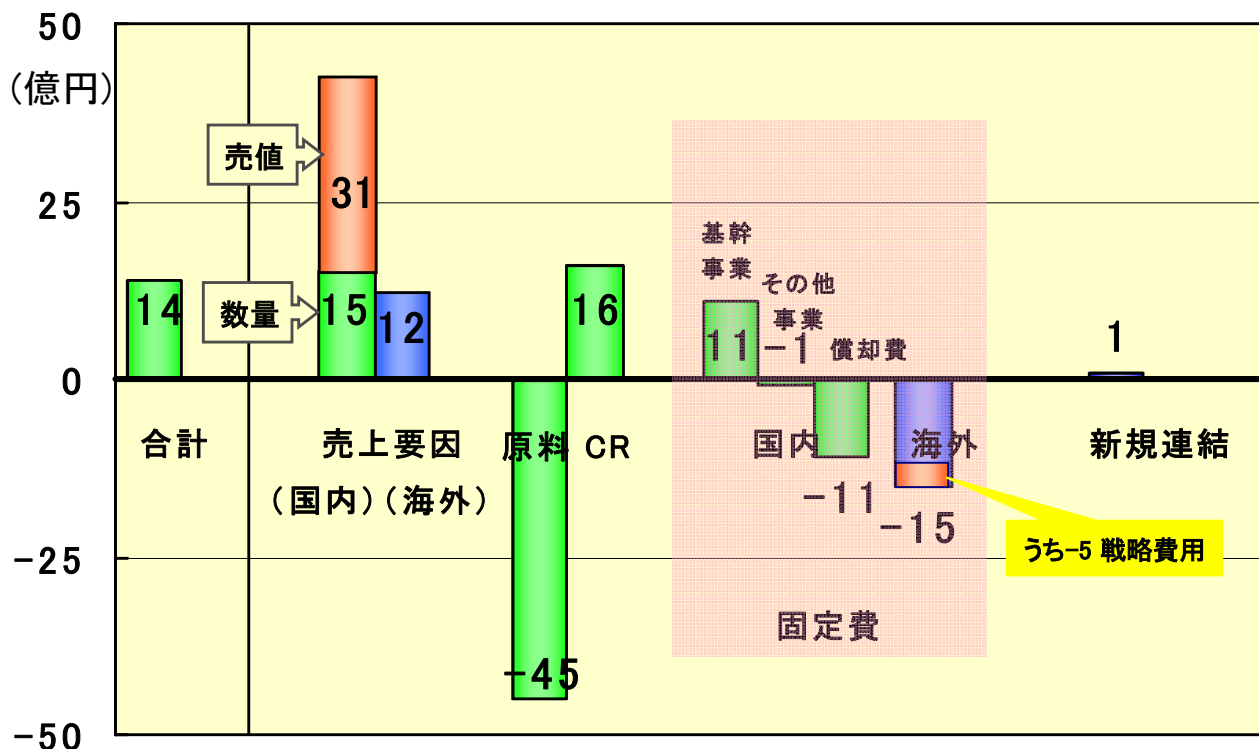
2. 「成長フロンティア」開拓のさらなる加速

3. CSR経営の推進

内需型コア事業の建て直しと成長分野へのシフト加速

	国内収益体質強化	成長フロンティアの開拓	
		国内	海外
直近の課題 (2008～2009)	<p>①製品値上げ ・塩ビ汎用品</p> <p>②構造改革の推進 ～抜本的固定費削減～ ・支店の統廃合 ・人員削減 ・不採算事業の見直し</p>	<p>①成長事業・成長製品への重点化 ・経営資源のシフト (人的資源・投資)</p> <p>②大型新製品の 早期立ち上げ 耐火パイプ・フェノバボード・ 超芯雨とい等</p>	<p>①2007年度M&A案件の 早期シナジー顕在化 ・シート事業 (Allen社/Kleerdex社) ・管路更生事業 (Heitkamp社/SSPRA社)</p>
将来の布石 (2008～2010)	<p>③カンパニー全体最適 モノづくりの追求 ・コア製品 一需給に応じた効率 生産体制構築 ・成長製品 一製造ライン倍増</p>	<p>★人材確保・育成(グローバル人材/シフト人材の早期戦力化)</p> <p>③新規事業への 挑戦と実績化 ・PFI事業 ・ストックビジネス ・雨水対策事業 等</p>	<p>②重点3分野を軸に さらなる拡大検討 ・管路更生(欧州M&A) ・水環境(新興国) ・機能材</p> <p>③海外モノづくり力強化 ・国内レベル品質実現</p>

2008年度 営業利益要因分析(前年比)



原料高騰分を売値転嫁とCRで対応

ポートフォリオ別 売上高・営業利益計画

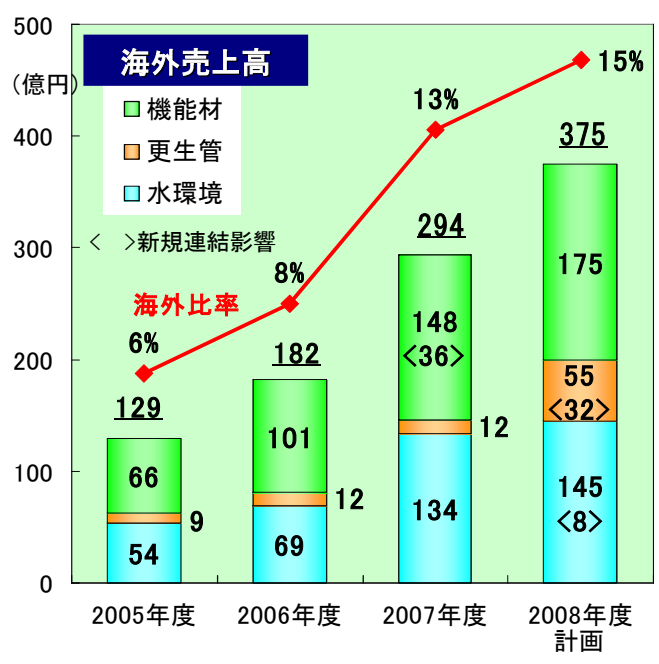
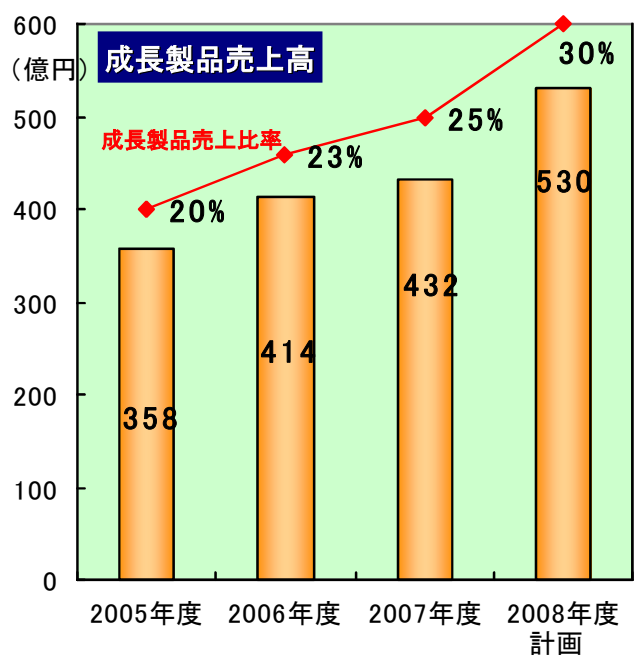
(億円)

ポートフォリオ		2006年度実績	2007年度実績	2008年度計画	2007-2008増減	
基幹	給排水 建材 ホームテクノ	売上	1480	1408	1437	29
		営業利益	109	48	51	4
成長	環境土木 (管路更生事業等)	売上	105	108	173	64
		営業利益	3	4	8	5
拡大	プラント資材 (シート事業等) インフラ複合材 (RCP・FFU等)	売上	325	432	457	24
		営業利益	39	51	51	1
基盤強化	アクアシステム 屋根材	売上	209	199	204	5
		営業利益	-3	1	3	2

「成長フロンティア」開拓の更なる加速

国内成長製品売上高 2008年度 前年比 123%

海外売上高 2008年度 前年比 128%

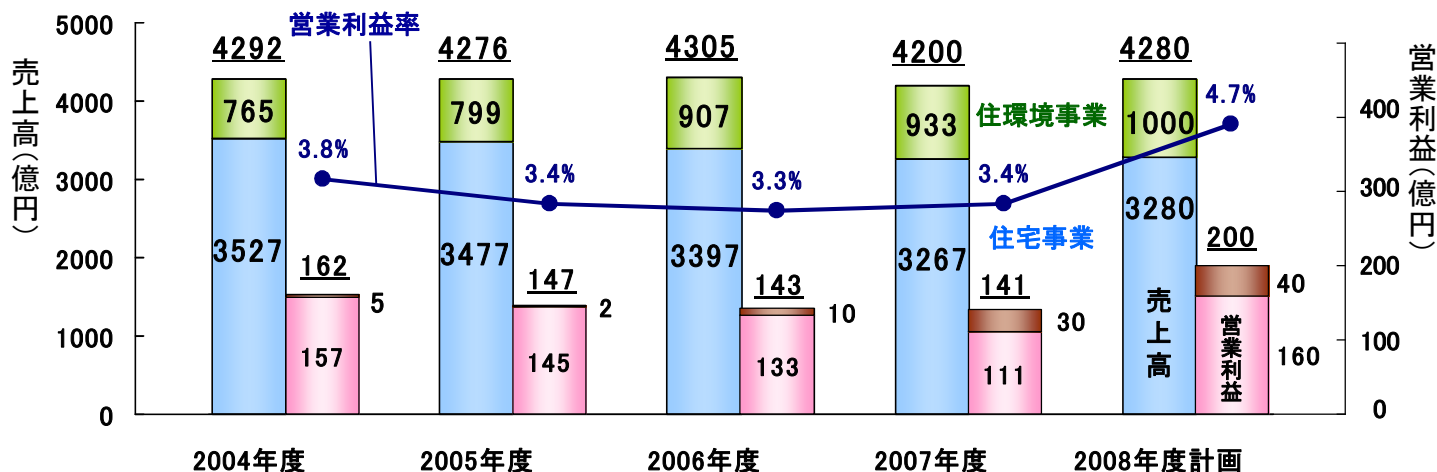


住宅カンパニー

カンパニープレジデント
高下 貞二

SEKISUI 住宅 2007年度総括

売上高・営業利益推移



2007年度 総括

1. 効率経営体制を構築(東京・中部・近畿の広域販社化等)
2. 住環境事業のさらなる成長基盤強化が進む
3. 上期住宅受注不振ながら、下期受注は回復

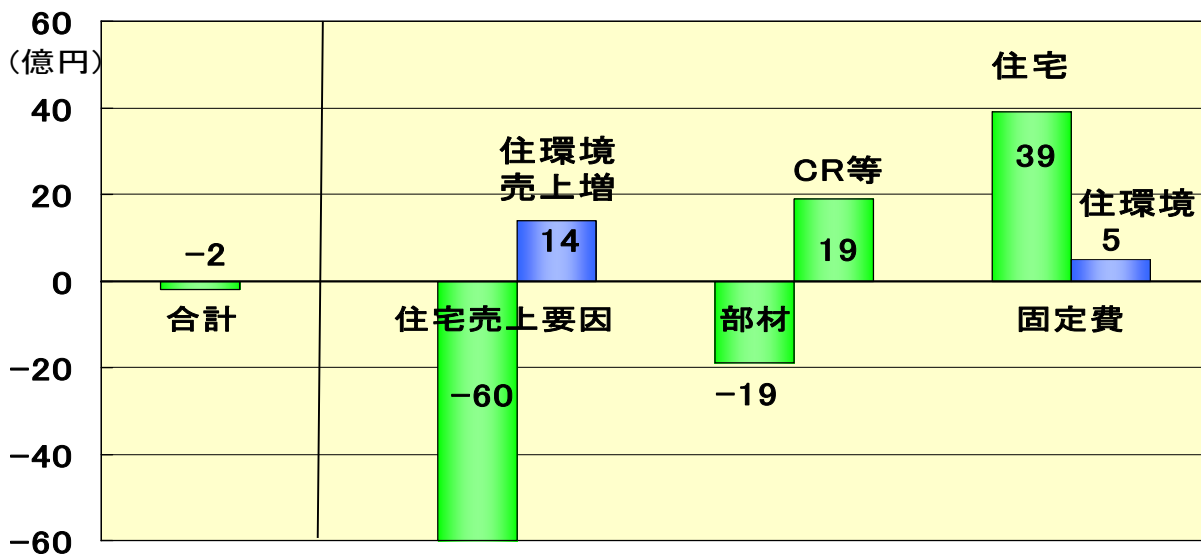
2008年度初総人員 650名減(前年比)

2008年度リフォーム営業 100名増(前年比)

2007年度住宅受注棟数 上期93% 下期100%(前年比)

SEKISUI 住宅 2007年度総括

2007年度 営業利益要因分析(前年比)



1. 上期住宅受注計画が未達
2. 固定費削減施策による効果が計画通り発現
3. 住環境事業の収益化が進捗

厳しい市場環境の中、固定費の削減により収益横バイを維持

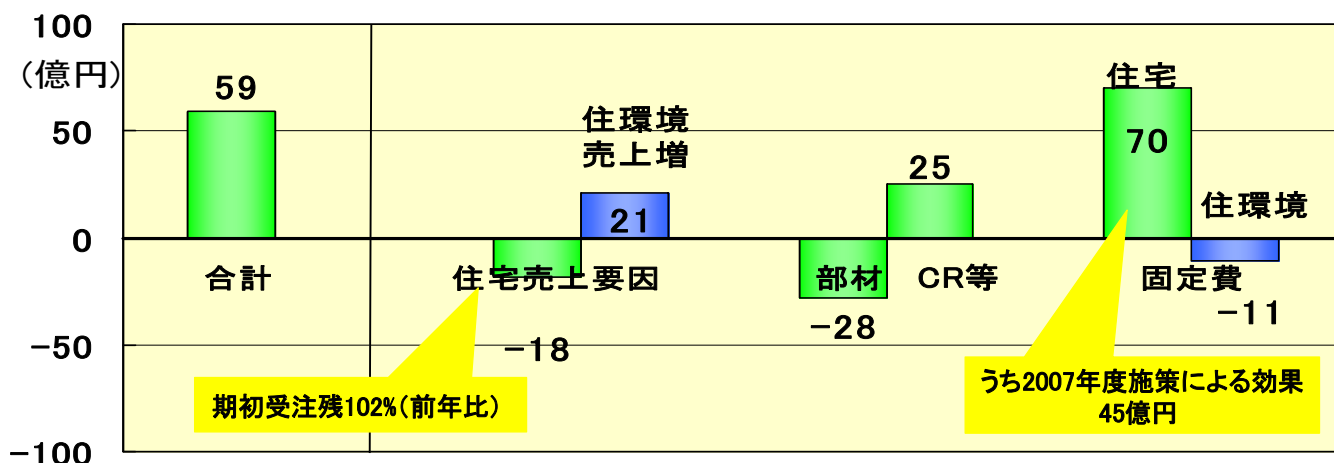
2008年度方針

安全・コンプライアンスを第一に、
受注の確保と高収益体質に向けた構造改革を推進する

- 住宅事業の収益力強化
- 新たな収益源の創出(ストックビジネス強化と成長フロンティア開拓)

1. 価格ボリュームゾーンへの商品投入による受注増(コストパフォーマンスの復権)
— 2008年度計画 住宅受注棟数 前年比102% —
2. 広域販社体制の効果発現とさらなる効率化の推進
3. 地域密着型事業体制への転換
— 開発・生産～販売・ASまで含めた生販一体運営の開始 —
4. 住環境事業の増収増益体制の確立とさらなる成長加速

2008年度 営業利益要因分析(前年比)



2008年度 営業利益計画のポイント

1. 住宅受注確保による売上棟数の維持
2. 住環境事業のさらなる売上拡大
3. 住宅事業経営効率化の継続推進
4. 部材値上がり傾向継続に対する的確な対応

2008年度計画 住宅受注棟数 前年比 102%

2008年度計画 住環境事業売上 前年比107%

地域密着型販売体制の強化

地方版社の競争優位拡大

■価格ボリュームゾーンの徹底攻略

- ・“コストパフォーマンス実感商品”の投入
 - ー『ハイムbj new』（4月発売）
 - ー『グランツーユーWS』（5月発売）
 - ー『クレスカーサ』（10月全国発売）

東京・中部・近畿の販売力完全回復

■高性能訴求による差別化

- ・環境＋性能＋快適住宅による更なる差別化推進
- ・高耐久・高耐震・可変性の徹底訴求

■広域販社化効果の発現

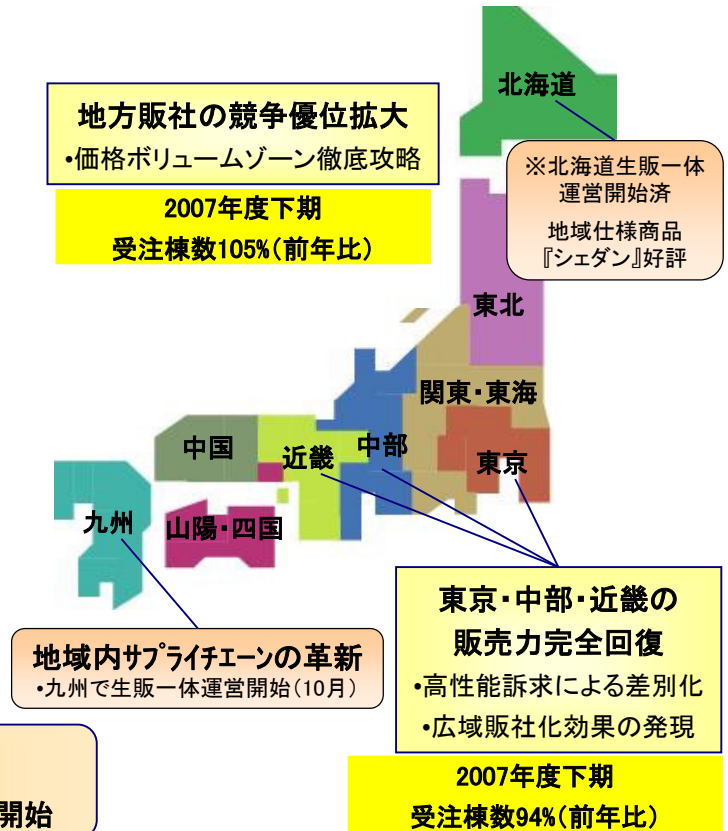
- ・専売体制の更なる強化
 - ー集合住宅受注 2007年度下期 104%(前年比)
 - ーツーユー受注棟数 2007年度下期 101%(前年比)
 - ー専売人員 60名増強(2008年度上期)

さらなる高収益化と成長への布石

■地域密着型事業体制への転換

- ・開発・生産～販売・ASまで含めた生販一体運営の開始

2008年度計画 住宅受注棟数102%(前年比)



2008年度 マーケティング戦略

『おひさまハイムキャンペーン』実施 4月～8月

狙う市場	ハイムらしさ＝ユニット工法が支える「環境」「快適」「安心」⇒高性能住宅の進化			
	商品戦略	差別化仕様		
需要喚起 建替え	2007年度整備済商品の浸透	パルフェ・マスターデザイン2.0 トマーニコンファテックnew デシオBR	グランツーユーPiache パルフェ・マスターデザイン2.0 	ウォームエアリー 光熱費ゼロ 「見える化」個別性能提示
ボリュームゾーン攻略新築 	“コストパフォーマンス実感商品”の投入	bj new 4月発売 07年度BJ受注 前年比102% グランツーユーWS 5月発売 クレスカーサ 10月全国発売	bj new 	
集合 	専売体制強化	高性能アパートレトアシリーズ	企画型アパート新商品 9月発売	タイル外壁

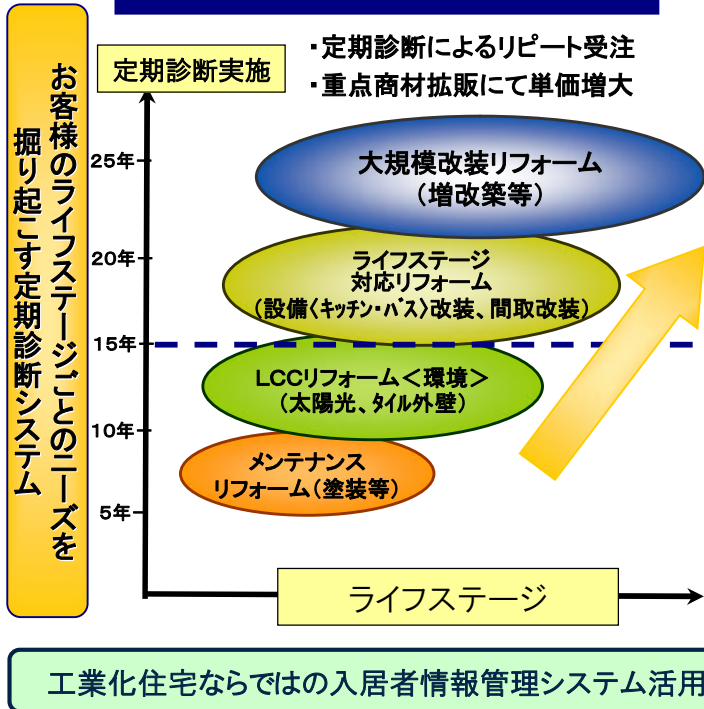
“コストパフォーマンス実感商品”投入によるボリュームゾーンの攻略

高性能訴求による建替え需要の喚起とさらなる差別化の徹底

高収益化とさらなる成長ステージへ

2008年度計画 売上高(前年比) 107%

高収益ストックリフォームビジネスモデル



2008年度 売上拡大戦略

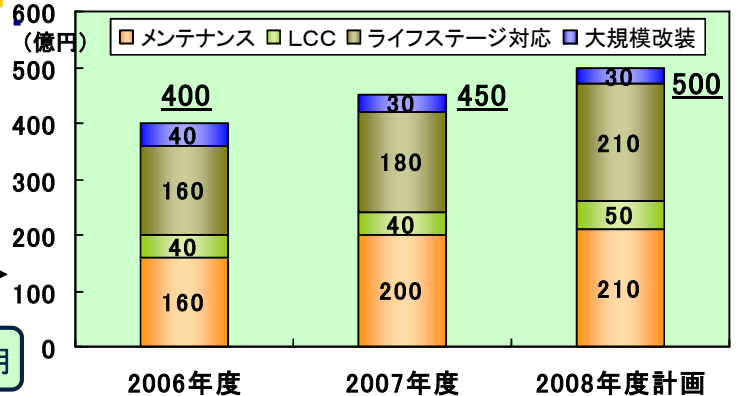
■シフト人員の戦力化と営業戦力のさらなる増強

- ・2007年度新規投入営業マン(100名)の戦力化
- ・2008年度 リフォーム営業マン50名増強
- ・『リフォーム道場』による提案力の徹底強化

■ハイムならではの重点商材の拡販

- ・定期診断システムによる顧客囲い込み強化
- ・エコパック・リフォームの提案
- (エコシャワー、太陽光、断熱サッシ等) + 補助金活用

重点商材売上高推移



スライドに記載されている見込、計画、見通しなど歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報から得られた当社経営者の判断に基づいて作成されております。従って、実際の業績は、様々な重要な要素の変化により大きく異なる結果になりうることを、ご承知おきください。

住宅カンパニー実績・計画について

1.住宅事業の主要データ

	2007年度			2006年度			2005年度	
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期	
連結	売上高(億円)	2,108	2,091	4,200	2,121	2,184	4,305	4,276
	住宅	1,653	1,614	3,267	1,667	1,730	3,397	3,477
	建物	1,580	1,543	3,123	1,604	1,657	3,261	3,367
	土地	73	71	144	63	73	136	110
	住環境	455	478	933	454	454	907	799
	リフォーム	314	322	635	308	309	618	536
	インテリア・エクステリア	30	26	56	29	29	58	58
	不動産	112	130	242	116	116	232	205
その他	1.販売戸数(戸)	6,900	7,450	14,350	7,050	7,950	15,000	15,850
	戸建て	5,000	5,100	10,100	5,320	5,500	10,820	11,580
	ハイム	4,000	4,050	8,050	4,220	4,250	8,470	8,690
	ツーユー	1,000	1,050	2,050	1,100	1,250	2,350	2,890
	アパート	1,900	2,350	4,250	1,730	2,450	4,180	4,270
	2.主なデータ							
	単価<全国販社・戸建>(百万円)	29.3	29.2	29.3	29.2	29.8	29.5	29.2
	坪単価<全国販社・戸建>(万円)	73.5	73.1	73.4	70.6	73.0	71.6	70.3
	床面積(m ²)	131.6	131.8	131.7	136.4	134.8	135.9	137.1
	展示場数(棟)	455	—	438	474	—	465	474
	営業マン数(人)	2,536	—	2,370	2,505	—	2,419	2,467
	建替え比率(%)	36	36	36	38	37	37	39
	紹介契約比率(%)	35	34	34	36	33	34	34

※建替え比率と紹介契約比率は受注ベース

2.受注状況

(単位:百万円)

	2008年度			2007年度			2006年度		
	上期計画	下期計画	通期計画	上期	下期	通期	上期	下期	通期
期初受注残	153,000	156,700	—	150,000	144,300	—	151,500	156,700	—
伸び率	+2%	+9%	—	-1%	-8%	—	-11%	2%	—
新規受注	191,340	200,756	392,096	186,646	197,786	384,432	199,356	192,829	392,184
伸び率	+3%	+2%	+2%	-6%	+3%	-2%	8%	0%	+4%
建物売上高	187,640	199,056	386,696	192,346	189,086	381,432	194,156	199,529	393,684
伸び率	-2%	+5%	+1%	-1%	-5%	-3%	-4%	+3%	-1%
期末受注残	156,700	158,400	—	144,300	153,000	—	156,700	150,000	—
伸び率	+9%	+4%	—	-8%	+2%	—	2%	-1%	—

3.住宅着工戸数

(単位:戸)

	2007年度			2006年度			2005年度
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
住宅着工戸数	533,288	516,000	1,049,000	664,521	620,725	1,285,246	1,249,366
上記での持ち家着工=A	162,831	150,000	313,000	197,460	159,097	356,557	352,577
当社販売戸数	6,900	7,450	14,350	7,050	7,950	15,000	15,850
当社戸建販売戸数=B	5,000	5,100	10,100	5,320	5,500	10,820	11,580
持ち家での当社シェア=B/A	3.1%	3.4%	3.2%	2.7%	3.5%	3.0%	3.3%

4.高性能住宅仕様装着比率

*2007年度下期と通期の“住宅着工戸数”と“上記での持ち家着工”は見通し

	2007年度			2006年度			2005年度
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
太陽光発電搭載	43%	45%	43%	53%	48%	51%	52%
タイル外壁仕様(ハイムJXタイプ)	55%	50%	52%	54%	54%	55%	54%
オール電化	87%	89%	88%	86%	88%	87%	84%
ウォームエアリー	46%	64%	55%	39%	55%	49%	13%